疫情之下，购物中心如何实现高质量运营？

2020 年初，突如其来的新冠肺炎疫情蔓延中国，对宏观经济造成明显冲击，居民生产生活受限、消费活动减少，众多购物中心也因疫情面临困局；尽管进入二季度后，疫情防控得力，消费市场不断复苏，但国内经济、消费市场和实体商业恢复到去年同期水平仍需时间。从监测数据来看，2020 年上半年，由全国重点城市 100 个典型购物中心商铺为样本标的，构成的中国百 MALL 商铺平均租金为 26.8 元/平米·天，环比下跌 1.09%；84.2%的样本商圈（购物中心）租金环比下跌。

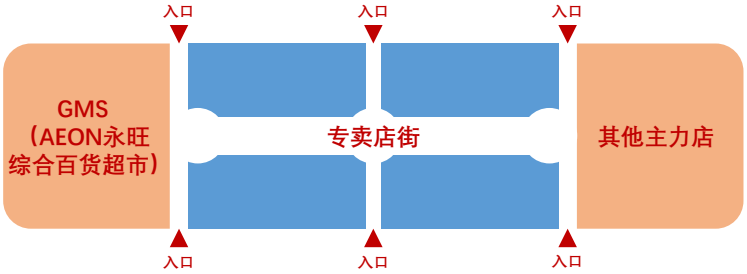
然而，疫情给购物中心带来的不仅是困局，同时也有思考：互联网时代的消费习惯变革持续加速，购物中心应着力提升服务能力，为顾客提供优质的商品、精细化的服务，并通过创新为顾客带来舒适、愉悦、新颖的消费体验，以期能够在面对市场变化时立于不败之地。在这一方面，日本零售业以人为本的核心理念，以及高质量、精细化的运营管理均值得借鉴。本文以日本知名零售企业永旺集团旗下购物中心品牌永旺梦乐城为研究对象，选取中国大陆地区 5 家较有代表性的永旺梦乐城（北京国际商城店、北京丰台店、天津中北店、苏州园区湖东店、广州金沙店），对其布局模式、业态配比、品牌选择以及品牌间的关联度进行分析与研究，希望能够抛砖引玉，为商业地产企业开发运营高质量购物中心提供指引。

1、布局及业态：“两核一街”模式为基础，各层业态布局各具特色

1.1 整体布局：“两核一街”模式稳定客流集聚，提高内部环游性

整体布局模式：永旺梦乐城购物中心大多采用一贯的“两核一街”布局模式，即以“永旺综合百货超市”和大型专卖店组成的“其他主力店”为核心，两核之间由各类店铺组成的“专卖店街”连接。在此布局模式下，“两核”保证了稳定客流的集聚，而“一街”则提高了顾客在购物中心内部的环游性。

图 1-1：永旺梦乐城“两核一街”模式平面示意图



资料来源：中指研究院综合整理

“两核”之一的 AEON 永旺综合百货超市是吸引顾客前来消费的主要因素之一，也是永旺梦乐城内部客流最为聚集的区域；而作为另一核心的其他主力店则可以将客流通过“一街”（专卖店街）引导至购物中心的另一端，充分提高顾客在购物中心内部的环游性。为有效引导客流，永旺梦乐城在“一街”的

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

设计上颇具匠心，弧线或曲线设计可以降低数百米的专卖店街给顾客带来的视觉疲劳感，使顾客在轻松愉快的氛围中在购物中心内部环游；同时，没有电梯等大型阻隔物的专卖店街在视觉效果上较为宽敞通透；此外，设置在专卖店街上的圆形广场不仅可以打造成为休息区，亦可不定期举办特色活动，起到引流作用。

图 1-2：“两核一街”布局优势解析——以永旺梦乐城北京丰台店首层为例

资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

1.2 各层布局：“两核一街”模式为基础，各楼层业态相辅相成，各具特色

永旺梦乐城整体采用“两核一街”布局模式，各楼层布局模式相似。但从业态分布来看，各楼层间相辅相成、各具特色，时尚购物、运动健身、儿童亲子、休闲娱乐、特色餐饮等业态有序搭配，为顾客带来丰富消费体验。本部分以 5 个调研项目为例，具体分析永旺梦乐城各楼层布局及业态分布特点。

（1）首层布局：“两核”为 GMS+大型时尚服饰/百货店，时尚购物、快餐、饮品为“一街”主力

“两核”：5 个调研项目首层“两核”均采用 GMS+其他主力店布局模式。其中，GMS 首层以食品和百货零售为主，部分 GMS 包含家电、家居建材等商品零售，以及均价店和促销区等，并辅以少量餐饮及服务业态。其他主力店则以大型时尚服装服饰专卖店（如 UNIQLO）、百货专卖店（如 KKV）为主。

图 1-3：永旺梦乐城首层布局解析——以永旺梦乐城广州金沙店首层为例

资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

“一街”：5 个调研项目首层“一街”均以一条主街（主动线专卖店街）贯通 1-3 个圆形广场连接“两核”，主街一般包含 1-2 家购物类主力店或次主力店，以及若干家其他专卖店，经营项目以服装服饰、珠宝眼镜、百货等为主，辅以少量餐饮类、服务类、休闲娱乐类店铺，使得顾客在环游商场的同时能够适时休息放松。部分商场除主街外，另有一条副街（次动线美食街），以各类中西快餐、饮品为主，快餐类餐饮店占地面积小，餐桌使用率高，不但能够有效满足顾客餐饮及休闲需求，亦不会过多占用顾客消费时间；此外，餐饮业态集中布局，不但有整齐大方之感，也便于顾客选择。

主力店：从 5 个调研项目布局来看，主力店主要位于“两核”，其中“一核”为 GMS（AEON 永旺综合百货超市）；而另“一核”则为其他主力店，主要以大型专卖店、大型餐饮店、大型休闲娱乐店为主；部分调研项目另“一核”为某类业态大中型店铺组成的主力店区。

特色区域：广州金沙店首层特色餐饮区“食尚营 Food Villa Market”以店铺间的“共享”为主题，可以把一个店铺的商品拿到其他店铺里，是可以享受多种乐趣的区域，向顾客提供新的饮食风格。

（2）二层布局：运动健身相关业态占比增加，特色休闲娱乐、餐饮区提升顾客消费体验

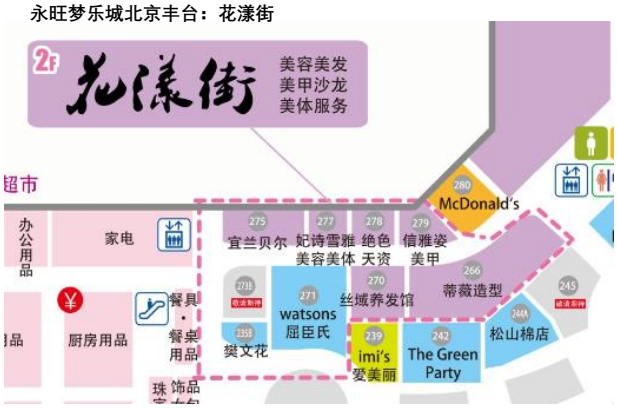
“两核”：大部分调研项目二层“两核”之一仍为 GMS（AEON 永旺综合百货超市），但 GMS 内业态与首层有所不同，主要包含除食品外的其他零售类目，如服装服饰、家居建材等，辅以少量服务类、休闲娱乐类铺位及促销区。其他主力店方面，以运动服装服饰类购物店、休闲娱乐、大型餐饮为主。

“一街”：大部分调研项目二层以 1 条主街（主动线专卖店街）连接“两核”，经营类目仍以服装服

饰、珠宝眼镜等购物类店铺为主。但与首层不同的是，部分调研项目二层副街布局特色餐饮、休闲娱乐区，以期丰富消费者购物体验。例如北京国际商城店的“永旺梦幻乐园儿童区”、“美食广场区”，北京丰台店的“花漾街”，广州金沙店的“Re-Creation”等。

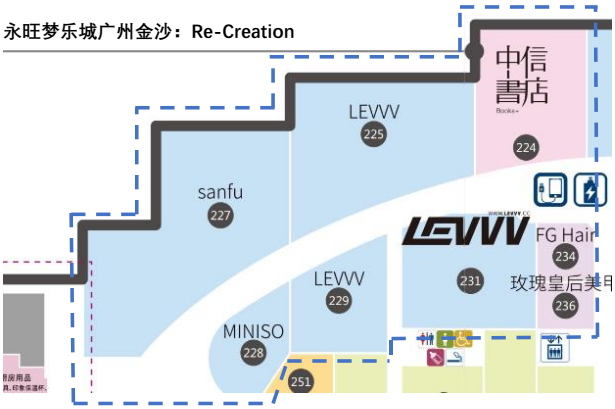
图 1-4：调研项目二层部分特色区域示例

永旺梦乐城北京丰台：花漾街



汇集了美容美发、美体类店铺，以及主营个护美妆用品的知名店铺屈臣氏

永旺梦乐城广州金沙：Re-Creation



汇集了咖啡书屋“ 中信书店”和源于广东的北欧风格家具杂货店“ NOME”，占地1200平方米。另外，还有推广香港文化和时尚的商店“ LEVVV”，人气杂货店“ MINISO”、“ SANFU”，以及美发沙龙、美甲店等，是一个可以创造全方位时尚总动员的区域

资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

（3）三层布局：“两核”为 GMS+大型休闲娱乐店，儿童亲子类店铺占比增加

“两核一街”模式：大部分“两核一街”模式的调研项目三层仍有 GMS，以孕婴童零售为主，并辅以文体用品、家电、家居建材、促销区等。其他主力店方面，以大型休闲娱乐类店铺为主。“一街”方面，以儿童亲子业态店铺为主，如童装、孕婴童用品、亲子教育、儿童乐园等，并标配亚惠美食。

图 1-5：永旺梦乐城三层业态布局解析——以永旺梦乐城苏州园区湖东店为例

资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

“一核”模式：调研项目中，北京国际商城店、天津中北店，三层仅中影国际影城一家店铺，并连接停车场。

（4）四层布局：餐饮+娱乐为主要布局方式

“两核一街”模式：尽管拥有四层的两个调研项目布局仍为“两核一街”模式，但业态布局较一至三层有所不同。“两核”均为中影国际影城+海底捞，各类餐饮店铺辅以休闲娱乐类店铺构成“一街”。

图 1-6：永旺梦乐城四层布局解析——以永旺梦乐城北京丰台店为例

资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

特色区域一：北京丰台店将餐饮区分为以西餐和特色风味店为主的“环球食界”、以中餐为主的“中华食汇”、以日料为主的“京の小路”。

特色区域二：广州金沙店特色休闲区“空中花园”，中午 12 点开始，每半小时开放一次水雾；“共享写真墙”则为顾客提供自助拍照点，并可自行分享照片。

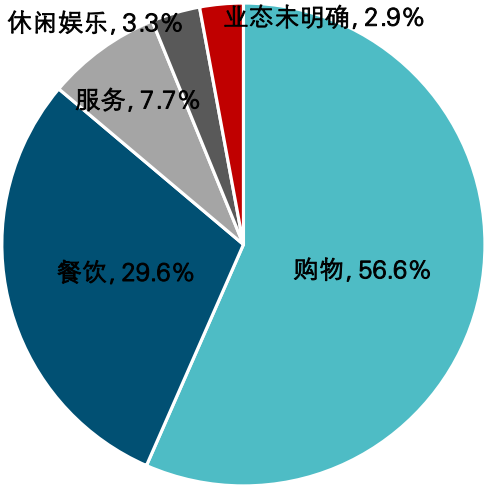
1.3 业态[1]配比：业态大类中购物类业态占比最高，业态小类中服装服饰、珠宝眼镜、饮品、中餐、培训教育占比较高

（1）业态大类配比：购物类业态数量占比最高，其次为餐饮类，体验类业态占比最少

购物类业态为主流。5 个调研项目的 859 家店铺中，购物类店铺共 486 家（在营 418 家，空置 68 家），占比为 56.6%；其次为餐饮类店铺，共 254 家（在营 216 家，空置 38 家），占比为 29.6%；服务类店铺共 66 家（在营 56 家，空置 10 家），占比为 7.7%；休闲娱乐类店铺共 28 家（在营 27 家，空置 1 家），占比为 3.3%；另有 25 家空置店铺未标明拟招商业态大类，占比为 2.9%。

图 1-7：5 个调研项目各业态大类整体配比（含空铺）

[1] 业态分类以《购物中心业态组合规范 SB/T 10813-2012》为准。



资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

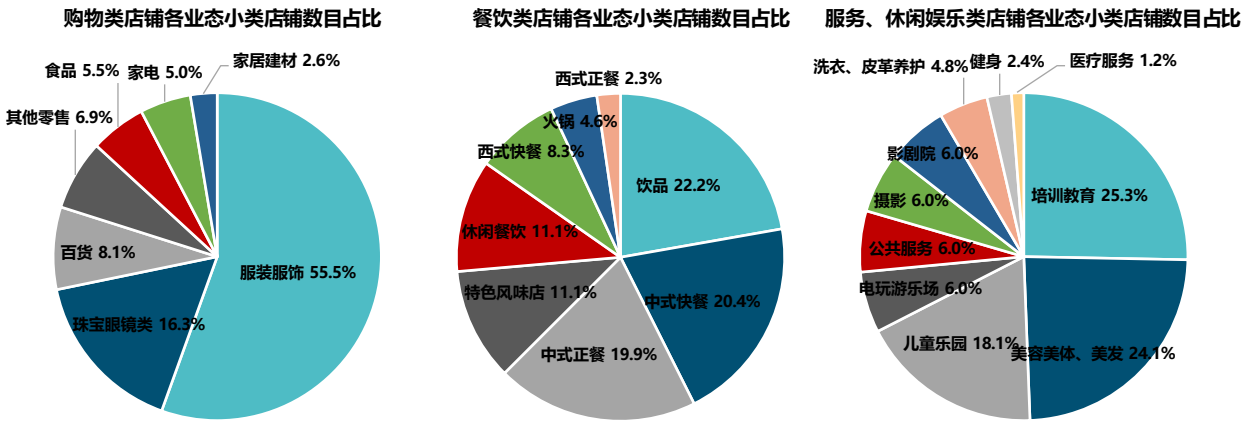
（2）业态小类配比：服装服饰、珠宝眼镜、饮品、中餐、教育培训类数量占比较高

购物类店铺中，服装服饰、珠宝眼镜类店铺占比较高。5 个调研项目的 418 家在营购物类店铺中，服装服饰类店铺共 232 家，占比为 55.5%；其次为珠宝眼镜类店铺，共 68 家，占比为 16.3%；百货类、其他零售类、食品类、家电类店铺数目均在 20-40 家之间，占比均在 5.0%（含）-9.0%之间；家居建材类店铺占比最低，为 2.6%。

餐饮类店铺中，饮品及中餐类店铺占比较高。5 个调研项目的 216 家在营餐饮类店铺中，饮品类店铺共 48 家，占比为 22.2%；其次为中式快餐类及中式正餐类店铺，分别为 44 家和 43 家，占比分别为 20.4%及 19.9%；特色风味店类、休闲餐饮类店铺均为 24 家，占比均为 11.1%；西式快餐类、火锅类、西式正餐类店铺占比均不足 10%。

服务类、休闲娱乐类店铺中，教育培训类店铺占比最高。5 个调研项目的 83 家在营服务类、休闲娱乐类店铺中，培训教育类店铺共 21 家，占比为 25.3%；其次为美容美体、美发类店铺，共 20 家，占比为 24.1%；儿童乐园类店铺共 15 家，占比为 18.1%；电玩游乐场、公共服务等 7 类业态店铺均不足 10 家，占比均在 6.0%（含）以内。

图 1-8：调研项目各业态小类整体配比（不含空铺）



资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

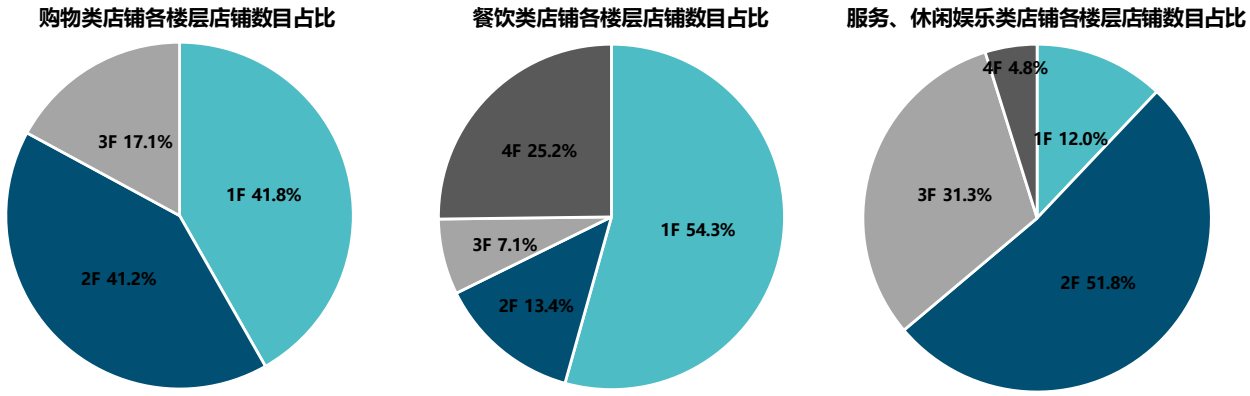
（3）各业态大类楼层布局：购物类店铺主要集中在一层及二层，服务类、休闲娱乐类店铺主要集中在二层及三层，餐饮类店铺主要集中在一层及四层

购物类店铺主要集中在一层及二层。5 个调研项目的 486 家购物类店铺（含空铺）中，有 203 家位于一层，200 家位于二层，合计共 403 家，占比为 82.9%。三层共有购物类店铺 83 家，占比为 17.1%。四层无购物类店铺。

餐饮类店铺主要集中在一层及四层。5 个调研项目的 254 家餐饮类店铺（含空铺）中，共有 138 家位于一层，占比为 54.3%；有 64 家位于四层，占比为 25.2%；二层及三层共 52 家，合计占比为 20.5%。

服务类、休闲娱乐类店铺主要集中在二层及三层。5 个调研项目的 94 家服务类、休闲娱乐类店铺（含空铺）中，共有 45 家位于二层，32 家位于三层，合计共 77 家，占比为 81.9%；一层及四层共有服务类、休闲娱乐类店铺 17 家，合计占比为 18.1%。

图 1-9：调研项目各业态大类楼层布局配比（含空铺）



资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

1.4 小结

整体来看，永旺梦乐城的“两核一街”布局模式不仅保证了稳定客流的集聚，同时也提高了顾客在购物中心内部的环游性；楼层间的布局和业态搭配在“两核一街”的基础上各显特色，与同层永旺超市相互关联；特色休闲娱乐、餐饮区域的打造充分提升顾客消费体验。从购物中心运营管理的角度来看，永旺梦乐城的布局模式和业态搭配兼具环游性高、体验丰富等特点，可以降低退店率，保持稳定经营；同时也贯彻了“顾客第一”的基本理念，展现了日本零售企业在产品线打造上严谨、执着、精益求精的态度。

2、品牌及品牌关系：主力突出、同业集聚、异业互补等，构成永旺梦乐城的主要品牌关系

2.1 永旺超市为永旺梦乐城的核心组成部分，与同层品牌店铺关联性强

永旺超市作为永旺梦乐城的标准配置，能吸引众多客流，增强购物中心人气。因此永旺超市的业态品类，通常与对应楼层其他店铺的业态品类相似或相辅相成。以北京丰台永旺项目为例，一层超市主要以食品为主，因此超市周边多为美食、饮品等相关品牌，且以可外带便携的小食、饮品为主；二层超市以家居用品、服饰鞋包为主，关联同层店铺的品牌则以杂货百货及服装服饰品牌居多；三层超市以儿童消费及娱乐为主，超市周边则分布儿童服装、玩具等相关品类，品牌间联动作用较强。

表：永旺超市各层关联品牌（以典型项目北京丰台项目为例）

永旺超市所在楼层	该层超市主要品类/类别	主要关联的同层品牌
一层	以水产、畜产、果蔬、日配加工食品、甜点、药妆、化妆品等为主	关联一层乐享美食（鲜果时间、本宫的茶、DQ、E-STATION、绝味鸭脖&椒椒有味、吉姆大师傅、好利来）
二层	以床品、家居、服饰鞋包、家电、厨房用品等为主	关联二层家居杂货及服装服饰（IKA mini、屈臣氏、樊文花及服装服饰）
三层	以儿童用品为主	三层儿童用品及娱乐（adidas kids、玩具反斗城、好孩子星站、NB kids、江博士、SKECHER kids、balabala、lijiababy）

资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

2.2 除永旺超市外，其他主力品牌亦对于商场客流及品牌引领影响较大

除永旺超市以外，优衣库、华为、屈臣氏、ANTA kids 等主力品牌亦对于商场客流及品牌引领影响较大，在 5 个调研项目中出现次数较多。

在永旺梦乐城“两核一街”模式中，超市及其他主力店通常成为购物中心吸引客流的核心，其中核心主力店一般为大型品牌店铺，如优衣库、中影国际影城、莫莉幻想等。而其他一些租赁面积较小、知名度一般的品牌会将主力店作为进驻商场的“风向标”，一些快消时尚的服饰小品牌更倾向于进驻以知名大品牌作为主力店的购物中心。

购物中心的专卖店街，分布着围绕核心主力店开设的其他品牌店铺，其中六福珠宝、周大福、ANTA kids、华为、小米之家、屈臣氏等出现频次较高的主力品牌，成为核心主力品牌的有力补充。这类品牌门店聚集人气作用稍逊核心主力店，但同样具有一定知名度，如华为、小米之家以体验消费场景持续吸引客流，而珠宝品牌客群基础和承租能力都较强，成为购物中心重点引入对象。

另外，喜茶、星巴克等知名餐饮品牌以及电影院，亦是吸引消费者到店体验的一大利器。而且随着体验业态在购物中心的占比不断提升，相关品牌如茉莉幻想、卡通尼乐园、中信书店、KKV 等也逐渐进入大众视野。

表：5 个调研项目主力（高频）品牌2列表

品牌名称	品牌出现次数	业态分类
AEON 永旺超市、优衣库、HUAWEI、屈臣氏、ANTA kids、六福珠宝	5	购物
亚惠美食广场		餐饮
小米之家、周大福、热风、The Green Party、LILANZ、BALABALA、JINS	4	购物
星巴克、喜茶、DQ、阿香米线、肯德基		餐饮
中影国际影城		休闲娱乐
NIKE、Adidas、NITORI	3	购物
莫莉幻想		休闲娱乐
UR、YY SPORTS、KKV、中信书店、CacheCache	2	购物
海底捞		餐饮
卡通尼乐园		休闲娱乐

资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

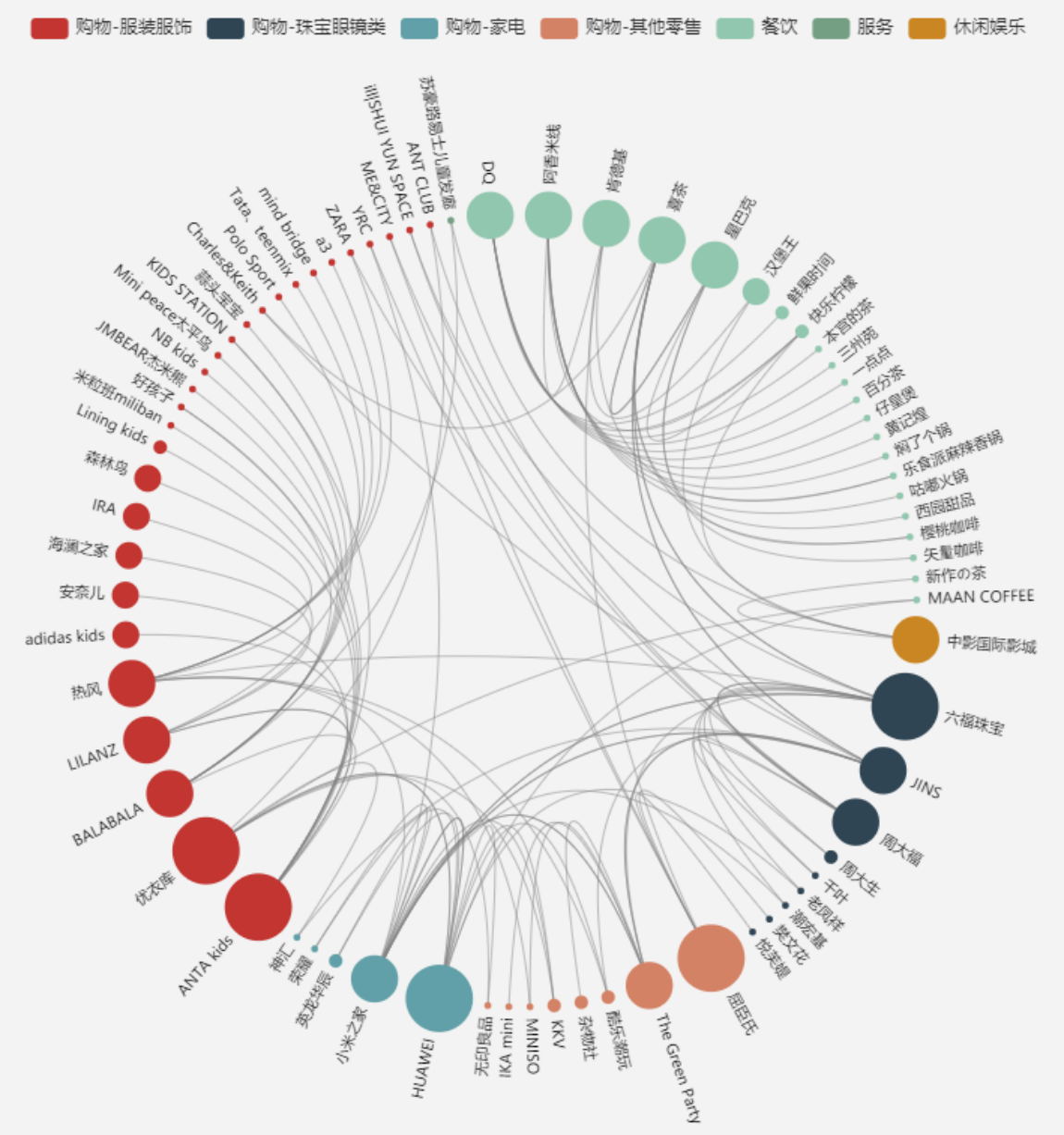
通过分析主力品牌的类型及其业态，我们可以发现购物业态在主力品牌中占比 68%，比重最高，其包含的细分种类较多且为购物中心贡献了较大的客流量和营业额；餐饮消费尤其是网红餐饮在近年逐渐发展，也成为购物中心重点关注的对象。

2.3 主力突出、同业集聚、异业互补等，构成永旺梦乐城的主要品牌关系

品牌关系一：“主力突出”。由于主力品牌对于购物中心的客流量和影响力均产生重要影响，因此主力店品牌的选择和布局尤为重要。以永旺梦乐城北京丰台店为例，购物中心一至四层每层至少都有两家主力品牌店铺。**由 AEON 永旺超市、优衣库等主力品牌及其关联店铺所组成的品牌关系网络，构成了永旺梦乐城品牌体系骨架。**

图 2-1：主力（高频）品牌及其关联品牌组成的品牌关系网络

[2] 出现次数 3-5 次的品牌以及出现 2 次及以上的主要品牌



资料来源：永旺梦乐城项目官网，中指研究院综合整理

品牌关系二：“同业集聚”。相同业态的品牌由于消费客群的一致性，更倾向于聚集分布，以满足消费者比较购物需求，促进品牌的商品品质与服务的提升。其中主力品牌如优衣库出现频次高，与其关联（临近）的店铺为同样源自日本的品牌无印良品，由于二者的消费客群具有强关联性，彼此临近可以更好发挥协同效应，产生“1+1>2”的效果。作为探索新零售的智能家电品牌，小米之家为消费者提供差异化服务，其周围主要分布着华为、荣耀等同类智能电器通讯品牌，形成了以智能电子产品为主题与核心的体验式消费集聚地，增强了商品选择的广度和深度。此外 Nike、Adidas 等运动品牌集聚，莫莉幻想、卡通尼乐园等儿童娱乐品牌相邻分布，周大福、六福珠宝等珠宝品牌集中布局……整体来看，永旺梦乐城同业态的品牌集聚分布的特征较为明显。

品牌关系三：“异业互补”。不同业态的品牌进行交叉布局，有利于实现业态互补、满足顾客多样化

消费需求的可能性。如优衣库作为主力店，其周围也可能分布着富有社交功能的咖啡店、集聚年轻客群的买手店等，以满足消费者多样化需求。又如，电影城周边布局快乐柠檬、汉堡王等饮品快餐品牌，儿童休闲娱乐品牌附近关联餐饮、儿童服饰等业态，书店品牌与杂物社、照相馆等具有人文气息的品牌联动等……永旺梦乐城通过不同业态的关联品牌交叉布局，有效提升了项目的整体吸引力。

2.4 小结

通过对样本购物中心中品牌的布局及关联性进行分析，可以发现作为购物中心“一核”的永旺超市与其相邻分布的品牌，在业态品类上相似或相辅相成，实现消费者从日常采购到关联消费的互动。除永旺超市以外，优衣库、中影国际影城等主力品牌亦对于商场客流及品牌引领影响较大。整体上，永旺梦乐城形成了以主力品牌为基础的品牌关系网络，这构成了永旺梦乐城品牌体系骨架。同时，永旺购物中心的品牌布局遵循主力突出、同类聚集和异业互补的原则，既满足了消费者对相似品牌产品的深度和广度需求，又通过业态互补实现了消费的多元性，提升了购物中心整体竞争力。

经过深耕中国大陆市场 10 余年的经验沉淀，永旺梦乐城已经形成了自成体系的商业模式和运营思路，在项目定位、整体布局、业态配比及品牌关系等方面都有诸多借鉴点。而在借鉴永旺模式探索购物中心发展模式的同时，商业地产企业也需要找准自身的定位，结合自身特色和消费者需求，打造出符合市场需求乃至引领消费理念的购物中心。

中指研究院
中国房地产指数系统

房地产数据和报告
中国指数研究院官方微信

联系方式:

地址：北京市丰台区郭公庄中街 20 号院 A 座
邮编：100070
电话：010-56319100　　传真：010-56319191

北京
地址：北京市丰台区郭公庄中街 20 号院 A 座
邮编：100070
电话：010-56319100　　传真：010-56319191

天津
地址：天津市和平区赤峰道 136 号国际金融中心大厦 15 层
邮编：300041
电话：022-89268866　　传真：022-89268998

青岛
地址：青岛市市北区龙城路 31 号卓越世纪中心 2 号楼 909
邮编：266100
电话：0532-58555311　　传真：0532-58555302

济南
地址：济南市市中区中海广场 1107
邮编：250000
电话：15265299051　　传真：010-56319191

郑州
地址：郑州市中原区锦艺国际中心 A 座 12 层
邮编：450000
电话：15001081020　　传真：010-56319191

西安
地址：西安市高新区沣惠南路 34 号摩尔中心 A 座 2502 室
邮编：710000
电话：02987237015　　传真：010-56319191

上海
地址：上海市浦东新区东方路 800 号宝安大厦 2 楼
邮编：200122
电话：021-80136789　　传真：021-80136696

杭州
地址：杭州市滨江区长河街道越达巷 82 号房天下大厦 16 层
邮编：310000
电话：0571-56269401　　传真：0571-56269001

苏州
地址：苏州工业园区苏州大道西 205 号尼盛广场 16 楼
邮编：215021
电话：0512-67905729　　传真：0512-67627290

南京
地址：秦淮区南京太平南路 307 号江苏饭店 5 楼
邮编：210001
电话：025-86910268　　传真：025-86910200

深圳
地址：深圳市南山区文化中心区海德二路茂业时代广场 19A
邮编：518040
电话：0755-86607799　　传真：0755-86607966

广州
地址：广州市海珠区琶洲大道 79 号宝地广场 605-606
邮编：510308
电话：020-85025888　　传真：020-85025999

海口
地址：海南省海口市龙华区金龙路 19 号兴业银行大厦 8C
邮编：570125
电话：0898-68525080　　传真：0898-68570510

武汉
地址：武汉市江汉区金家墩特 1 号武汉天街 6 号楼 20 层
邮编：430013
电话：027-59600194　　传真：027-59600145

长沙
地址：长沙市开福区芙蓉中路一段 88 号天健壹平方英里 H 栋 7 楼
邮编：410000
电话：0731-89946366　　传真：0731-89946299

南昌
地址：南昌市红谷滩新区红谷中大道 1368 号鼎峰中央 BC 座 24 层
邮编：330000
电话：0791-83898092　　传真：0791-88611391

重庆
地址：重庆市江北区江北嘴力帆中心 2 号楼 25 层
邮编：400020
电话：023-88952599　　传真：023-88952138

成都
地址：成都市高新区天府二街 368 号房天下大厦 23 楼
邮编：610017
电话：028-86053600　　传真：028-86053000

昆明
地址：昆明市盘龙区穿金路金尚俊园 A 座 17 楼 1702
邮编：650000
电话：15922775153　　传真：023-88952138

南宁
地址：南宁市良庆区五象航洋城 2 号写字楼 3901
邮编：530000
电话：18680700997　　传真：023-88952138

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。